

2 0 0 5 年 7 月 7 日

株式会社 富士経済  
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町  
2-5 F・Kビル  
TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165  
URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>  
広報部 03-3664-5697

## ファーストフード、テイクアウトなど 6 分野の外食市場調査を実施

- ハンバーガー、アイスクリームショップが低迷から脱出 -

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 代表取締役 阿部英雄 03-3664-5811)は、このほどファーストフード、テイクアウト、レジャー施設、交通機関、料飲店、ホームデリバリー・ケータリングの外食産業 6 分野 6 3 業態の定期市場調査を実施した。その結果を「外食産業マーケティング便覧 2 0 0 5 (上巻)」にまとめた。

< 調査結果の概要 (分野別) >

分 野	2 0 0 4 年	2 0 0 5 年 (見込)	0 5 / 0 4
ファーストフード	2 兆 3, 1 1 5 億円	2 兆 3, 6 9 2 億円	1 0 2 . 5 %
テイクアウト	4 兆 6, 8 7 1 億円	4 兆 7, 3 2 6 億円	1 0 1 . 0 %
レジャー施設	1 兆 1, 1 2 5 億円	1 兆 1, 1 4 7 億円	1 0 0 . 2 %
交通機関	1, 1 3 0 億円	1, 1 3 1 億円	1 0 0 . 1 %
料飲店	6 兆 6, 8 8 5 億円	6 兆 6, 0 3 5 億円	9 8 . 7 %
ホームデリバリー・ケータリング	1 兆 5 9 3 億円	1 兆 1 2 1 億円	9 5 . 5 %

2 0 0 4 年の 6 分野 (ファーストフード、テイクアウト、レジャー施設、交通機関、料飲店、ホームデリバリー・ケータリング) 合計の市場規模は 1 5 兆 9, 7 1 9 億円 (前年比 9 9 . 3 %) となった。テイクアウト市場は中食ブームによりわずかずつつではあるが市場を拡大しており、ファーストフード市場も牛丼店の縮小はあるもののハンバーガーショップの復活や回転ずし、定食チェーンなどの成長によりプラス基調となっている。レジャー施設市場は、スーパー銭湯、シネマコンプレックスが健闘しているものの、スキー場、ギャンブル場を始め経営環境の悪化から縮小・撤退するケースが増え横ばい傾向である。料飲店、ホーム・デリバリー市場は減少傾向に歯止めがかからない。これらの傾向は 2 0 0 5 年も続き、2 0 0 5 年の 6 分野の市場は 1 5 兆 9, 4 5 1 億円 (前年比 9 9 . 8 %) とみられる。

### 1 . ファーストフード

全体では、2 0 0 2 年を除いては増加傾向が続いており、外食産業全体が低迷する中で比較的好調な分野である。しかし、業態によって格差が大きく、クレープ、カレー、ステーキ、そば・うどん、回転ずし、定食チェーンなどは好調に推移している。一方、ラーメンや牛丼店、天丼が落ち込んでいる。特に牛丼店は、2 0 0 3 年末の B S E による米国産牛肉輸入停止措置以降牛肉の調達ができず、2 0 0 4 年は対前年比 2 0 % 以上の大幅減となった。長期的に見ると市場全体の伸び率は鈍化しており、2 0 0 4 年はほぼ横ばいでの推移となった。しかし、ここ数年不振であったハンバーガー、アイスクリームショップがプラスに転じたことなどから、今後もファーストフード全体では拡大推移と見られる。ファーストフード市場、特にトップチェーンのブランド力の強い市場はトップ企業の業績が市場全体に及ぼす影響が大きい。マクドナルド、サーティーワンが復活したハンバーガー、アイスクリームショップ、吉野家が落ち込む牛丼店市場、ケンタッキー、ミスタード・ナツの低迷するフライドチキン、ドーナツショップがその代表である。

### 2 . テイクアウト

外食市場全体が縮小する中、共働き世帯の増加、消費者の簡便志向、商品・店舗形態の全体的なレベルアップなどにより、わずかではあるがプラス推移を続け健闘している市場である。テイクアウト弁当・惣菜、C V S デリカなどは特に好調であるが、市場内外の競合は非常に激化している。テイクアウトずしは回転ずしに、オープンフレッシュベーカーリーはコーヒースhop、C V S などの焼きたてパンとの競争に敗れて減少が続いている。

### 3. レジャー施設

2001年にわずかに前年を上回ったものの、減少傾向が続いている。消費者に馴染み深いレジャーとして親しまれてきた施設の多くが利用者数の減少に悩まされ、経営環境の悪化から撤退するケースが増えている。売上以上に施設数は減少しているが、この要因として、旧来型の施設が撤退する一方で、新施設の大型化が進んでいることが挙げられる。ここ数年減少傾向が続き、2004年も減少しているのは、スキー場、ギャンブル場、カラオケボックスである。スキー場、ギャンブル場は利用者数の減少によって大半の施設が実績を落としているが、カラオケボックスでは成長する上位企業も見られる。好調であったのは、健康ランド・スーパー銭湯、映画館・シネコン、フードテーマパーク、複合カフェであり、ここ数年好調に推移している。健康ランド・スーパー銭湯、映画館・シネコンでは、従来タイプの銭湯・映画館が減少し、大型化・新タイプのものが伸びている。

### 4. 交通機関

レジャー支出の抑制や個人消費の抑制などを反映して、列車内食、客船食堂は横ばいから減少基調である。機内食は、テロによる国際情勢の悪化やSARSの影響から脱し、回復の兆しを見せ始めている。中部国際空港の開港とこれによる増便もプラスに働いている。駅食堂(多業態にまたがるため集計からは除いている)は、JRが好立地である駅構内、駅周辺を本格的に開発していることから唯一好調である。

### 5. 料飲店

アルコールを主体に提供する外食産業を対象としている。個人経営店や小規模チェーンの比率が高いという特性から、バブル崩壊、デフレ不況のあおりを大きく受け、市場は減少推移している。居酒屋・炉端焼市場は、激しい価格競争と淘汰が著しい。客単価をやや高めに想定し、店舗の雰囲気やこだわりのメニューを提案するアッパー居酒屋やアッパーミドル居酒屋が開発され、多店化により成長を続けている。2004年は記録的な猛暑により、ビアレストランや地ビールレストランが前年を上回った。しかし、ディスコ・クラブ、カフェバー・ショットバー、スナック・クラブ・パブは、いずれも個人消費の減少および風俗営業法の規制強化の影響を大きく受け、更に業態の陳腐化もあり減少傾向を辿っている。料飲店市場は減少推移するとみられる。

### 6. ホームデリバリー・ケータリング

宅配市場は、もっとも大きな市場である仕出し弁当市場の減少から縮小を続けている。仕出し弁当は、バブル崩壊以降の景気低迷によって主力であった法人需要が減少し、また、テイクアウトや他外食業態の多様化によって消費者の選択肢が増えたこともあり減少を続けている。宅配中華料理は拡大を続けていたが、2004年にシェア3位の「銀座チャイナチャイム」の撤退から市場形成以来初の前年割れとなった。また、宅配ずしは引き続き好調を維持したものの、店舗数の増加で企業間の競争が激化している。

#### <個別市場例>

#### ハンバーガーショップ、アイスクリームショップ

ハンバーガーショップ	2004年	6,090億円	2005年見込	6,147億円(前年比100.9%)
アイスクリームショップ	2004年	355億円	2005年見込	380億円(前年比107.0%)

ハンバーガーショップ市場は、マクドナルドの低価格戦略による他チェーンの落ち込み、撤退、そしてマクドナルド自体の低迷により2001年から減少傾向にあった。2004年にマクドナルドがサービスレベルアップ(1分以内にできたてを提供する)や効率化を進め、復活を果たしたことにより市場も4年ぶりに前年を上回った。2005年は、モスフードサービスがFC店の募集を再開するなど好材料が出てきているが、マクドナルドが100円マックで来店客数増による売上アップを狙っていることから、再び価格競争となることも懸念される。2000年以降低迷していたアイスクリームショップでは、トップのサーティーワンが店舗リニューアルやFC店と一体となった取り組みが徐々に効果を現し、2002年から再び成長軌道に乗っている。市場全体も2004年には猛暑の恩恵もあり5年ぶりに前年を上回った。

牛丼店	2004年	1,857億円	2005年見込	1,862億円(前年比100.3%)
-----	-------	---------	---------	--------------------

2003年末の米国産牛のBSE感染確認により米国からの牛肉の輸入が禁止された。吉野家をはじめ、松屋フーズ、ゼンショーなど牛丼チェーン大手のメニューから牛丼が姿を消したことから、各チェーンとも代替メニューを導入し急場をしのぐという状況になった。米国産牛にこだわった吉野家は牛丼の販売を再開することができず大きく落ち込んだが、豪州産、中国産牛により牛丼を再開した松屋フーズ、ゼンショーは前年を上回った。この結果、

2004年の牛丼店の市場規模は前年比21%減の1,857億円となった。2005年も吉野家はまだ牛丼の販売を再開していないが、直近では前年同月を上回っており回復の芽が出始めている。ただし、吉野家の大幅減、ゼンショーがなか卯を傘下におさめたことにより、トップと2位・3位グループとの差がわずかとなり、牛丼店市場は戦国時代に突入している。

定食チェーン 2004年 582億円 2005年見込 647億円(前年比111.2%)

和食を中心とした家庭料理を豊富にメニュー化し、低い価格設定(客単価900円未満)で、カフェテリア方式やカウンターによるクイックサービスの店舗を5店以上有するチェーンを対象としている。大戸屋ごはん処(大戸屋) めしや丼(プレナス) らめしや(ライフフーズ) まいどおおきに食堂(フジオフードシステム) 大衆食堂 半田屋(半田屋グループ)などが急速に店舗展開していることで、市場は二桁ペースで成長を続けている。ファミリーレストランチェーンのジョイフルや牛丼チェーンのなか卯も参入しており、競争は徐々に激しくなりつつある。各社出店意欲が旺盛で2005年も二桁成長を続けるとみられる。

#### 調査期間

2005年5月～6月

#### 調査対象

ファーストフード	ハンバーガー、チキン、ドーナツ、サンドウィッチ、クレープ、アイスクリーム、ギョーザ、ラーメン、カレー、ステーキ、そば・うどん、パスタ、回転ずし、たこ焼き・お好み焼き類、牛丼、天丼、海鮮丼、とんかつ・かつ丼、ビビンバ、定食チェーン
テイクアウト	テイクアウト弁当・惣菜、(デリカショップ) おにぎり、テイクアウトずし、オープンフレッシュベーカーリー、百貨店デリカ、百貨店スイーツ、CVSデリカ、量販店デリカ、(ホテルデリカ) シュークリーム専門店
ホームデリバリー・ケータリング	宅配ピザ、宅配ずし、宅配中華料理、宅配弁当、(FR宅配) 病者・高齢者食宅配、仕出し弁当
料飲店	居酒屋・炉端焼、(アッパー居酒屋)(アッパーミドル居酒屋)(やきとり専門店)、ビアレストラン、地ビールレストラン、ディスコ・クラブ、カフェバー・ショットバー、スナック・クラブ・パブ
交通機関	(駅食堂) 列車内食、機内食、(有料道路SA・PA) 客船食堂
レジャー施設	ゴルフ場、スキー場、健康ランド・スーパー銭湯、レジャーランド、野球場、映画館・シネコン、(フードテーマパーク) ギャンブル場、カラオケボックス、スナック自販機、複合カフェ

( )内は他の業態または複数の業態にまたがる内数となっているため集計から除いています。

以上

資料タイトル:「**外食産業マーケティング便覧2005(上巻)**」

体 裁 : A4判 183頁

価 格 : 95,000円(税込み99,750円)

調査・編集 : 富士経済 東京マーケティング本部 第一事業部

TEL:03-3664-5831(代) FAX:03-3661-9778

発 行 所 : 株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5811(代) FAX 03-3661-0165 e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL:<http://www.group.fuji-keizai.co.jp>